

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МАТЕРІАЛИ

І науково-практичної Інтернет-конференції

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ,
УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

20 лютого 2014 року

м.Рівне

ББК 65.050 УДК 33.05 Ф 79	Формування ефективної моделі управління підприємствами, установами та організаціями: Матеріали I науково-практичної Інтернет-конференції. – Рівне.: – 2014. – 130 с.
--	---

Програмний комітет:

Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна, к.е.н., доцент, декан факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету.

Юськів Богдан Миколайович, д.політ.н., к.е.н., професор кафедри економічної кібернетики.

Барановський Сергій Віталійович, к.ф.-м.н., доцент, завідувач кафедри економічної кібернетики.

Микитин Тарас Миронович, к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту.

Сілкова Галина Василівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри документальних комунікацій.

Жук Вікторія Михайлівна, к.п.н., доцент, завідувач кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Хомич Сергій Васильович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики.

Трачук Людмила Федорівна, к.і.н., доцент кафедри бібліотекознавства та бібліографії.

Трало Ірина Миколаївна, викладач кафедри менеджменту.

Кукушкін Олег Миколайович, викладач кафедри документальних комунікацій.

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету документальних комунікацій та менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету (протокол № 3 від 26.03.2014р.)

Список використаних джерел

1. Бар'єри розвитку біоенергетики в Україні [Електронний ресурс]: Аналітична записка БАУ №2 / Гелетуха Г.Г., Железна Т.А. – 18 січня 2013. 22 с. Режим доступу: www.uabio.org/activity/uabio-analytics
2. Біомаса зігріє Україну [Електронний ресурс] / Гелетуха Г.Г. // Економічна правда. – 14 червня 2013. Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/columns/2013/06/14/379997>
3. Данилишин Б. Земельна політика в Україні: що день прийдешній нам готує? // Дзеркало тижня. Україна.– 2011. – № 12.
4. Енергетична верба як рішення для малих міст України [Електронний ресурс] / Івахів В. // Українська енергетика. – 07 грудня 2012. Режим доступу: <http://ua-energy.org/post/27476>
5. План дій по біомасі для України. Науково-популярне видання, Рівне: Громадська організація «Рівненський центр маркетингових досліджень», 2009. – 44 с.
6. Якимчук А.Ю. Економічне обґрунтування проектів щодо вирощування верби біоенергетичної // Випуск 2(54) 2011 р. Серія «Економіка».

УДК 339.372.8:65.014.1

Забейда К. О., Димченко Н. С.

АНТИКРИЗОВІ СТРАТЕГІЇ

Сьогодні більшість вітчизняних та закордонних підприємств намагаються подолати наслідки кризових явищ, які носять глобальний характер. На таких підприємствах можуть застосовувати широкий спектр методів забезпечення економічної стабільності підприємства — від поодиноких стабілізаційних заходів до комплексних стратегічних програм.

Оскільки забезпечення економічної стабільності підприємств є багаторівневим та складним процесом, а існуючі антикризові стратегії бувають доволі різноманітними, існує необхідність їх аналізу та узагальнення.

Теоретико-методичні основи формування та реалізації антикризових стратегій розкрито у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як В.О.Василенко [2], С.В.Ковальчук [3], Є.М. Коротков [1], Л.О. Лігоненко [4], О.М.Скібіцький [9], З.Є. Шершньова [12] та ін. Але, власне питання вибору антикризових стратегій набуло популяризації лише останнім часом, що було зумовлене негативними економічними подіями світового масштабу.

Подолання кризового стану й підвищення ефективності виробництва можливо завдяки розробці та реалізації антикризових стратегій - комплексу дій, які оптимізують діяльність підприємства в умовах спаду, стійкого зниження основних фінансових показників діяльності корпорації і загрози для банкрутства [2].

У науковій економічній літературі запропоновано багато різних думок щодо різновидів стратегій антикризової діяльності. Так, колектив авторів під керівництвом З.Є. Шершньової [12] розрізняють сім видів антикризових стратегій (превентивна, пасивної оборони, активної оборони, стратегія стабілізації ситуації на підприємстві, стратегія розрахованого ризику, стратегія послідовного виходу з кризи, стратегія створення умов для усунення наслідків кризи).

О.М. Скібіцький [9] виділяє чотири види: попередження кризи, вичікування, стратегію протидії всім явищам кризового характеру та стратегію розрахованого ризику.

У своїх працях О.О. Терещенко зазначає, що основним призначенням антикризових стратегій є прийняття управлінських рішень з мінімальними ризиками та негативними наслідками для підприємства (при мінімальній кількості затрат та засобів).

О.О. Терещенко виділяє чотири види антикризової стратегії підприємства:

1. Наступальна стратегія передбачає модернізацію обладнання, запровадження нових технологій, ефективний маркетинг, підвищення цін, пошук нових ринків збуту продукції, проведення агресивної політики фінансування.

2. Стратегія делегування повноважень полягає у делегуванні проблем, які виникли на підприємстві, третім особам: власникам, кредиторам, державі. У межах цієї стратегії підприємство прагне отримати додаткові фінансові ресурси через збільшення статутного капіталу, одержання державних гарантій, намагається залучити кредиторів до участі в санації, лобіює механізми захисту в рамках політики протекціонізму.

3. Стратегія компромісів та консенсусів базується на двох принципах:

- компромісу, який передбачає альянс між кількома учасниками ринку з метою нейтралізації сильного конкурента;
- консенсусу, що спрямований на злиття двох підприємств в одне з метою повнішого використання ефекту синергізму та взаємодоповнення сильних і подолання слабких сторін партнерів.

4. Захисна стратегія вимагає згортання діяльності підприємства, а саме: зменшення витрат, закриття та розпродаж окремих підрозділів підприємства, консервацію та розпродаж обладнання, звільнення персоналу, зменшення окремих частин ринкового сегмента, зниження відпускних цін та обсягів реалізації [10].

Окрім теоретичних напрацювань, доцільно проаналізувати практичний досвід іноземних компаній щодо методів та застосування заходів із забезпечення економічної стабільності підприємства.

У 1999 р. компанія “NISSAN”, перебуваючи на межі банкрутства, використовуючи стратегію компромісів, вступає в альянс з “Renault” і вже через 3 роки стає найрентабельнішим автовиробником у світі. Результати були досягнуті завдяки виконанню довготермінових програм з реструктуризації альянсу [8].

Позицію лідера компанія Apple в умовах кризи зберігає за рахунок наступальної стратегії, а саме - виробництва диференційованої продукції з незмінно високою якістю і характеристиками. У 2010 році вартість бренду Apple зросла на 37 % [6].

Компанія Procter & Gamble в період кризи використала стратегію скорочення по відношенню до непрофільних активів, таких як бренд Sunny Delight, натомість придбала профільні глобальні бренди Wella, Gillette і Clairol, здійснюючи стратегію диверсифікованого зростання. За 2000—2010 роки активи компанії зросли з 10 млрд. дол. до 22 млрд. дол. [7].

Успіх роздрібної мережі ALDI (Німеччина), яка працює в умовах кризи та у форматі жорсткого дискаунтера, зумовлений її стратегією встановлення мінімальних торгових націнок на обмежений асортимент високоякісних продуктів харчування, переважно вироблених під власною торговою маркою. Політика мережі спрямована на зниження витрат за рахунок максимально можливої економії: мінімалістичного оформлення торгового залу, спрощеної викладки товарів, зниження кількості працюючого персоналу, економії електроенергії тощо. Наданий час налічується близько 8200 магазинів ALDI у 18 країнах світу [11].

С. Марчїонні, призначений у 2004 р. президентом компанії “FIAT”, спромігся врятувати компанію, яка ще в 2003 р. була на межі банкрутства (обсяги частки на італійському ринку скоротились із 50% на початку 90-х р. XX ст. до 30% у 2002 р.), а також уникнули поглинання компанією “General Motors” (яка невдовзі збанкрутувала).

Даного успіху С. Марчїонні досягнув завдяки реалізації стратегії делегування повноважень, оскільки надав більшої свободи у прийнятті рішень для новоприбулих менеджерів, порівняно з тими, які мали раніше, а також призначив головного проєктанта концерну американського фахівця, який до того мав успішний досвід проєктування “Ferrari”, “Maserati” і “BMW”. Як наслідок, через 3 роки вартість концерну зросла на 300%, що стало світовим рекордом серед великих промислових корпорацій [5].

Підводячи підсумки, зазначимо, що антикризові стратегії є найбільш відповідними та адекватними в кризових умовах, оскільки є гнучкими та передбачають пошук нових ефективних шляхів розвитку навіть за умови незначних фінансових витрат.

Враховуючи особливості і специфіку діяльності, будь-яке управління, яке здійснюється на підприємстві повинно бути антикризовим, тобто побудованим на ймовірності і небезпеці настання кризових ситуацій.

Список використаних джерел

1. Антикризове управління : навч. посібник / за ред. Є.М. Короткова. – М. : Інфра-М, 2000 – 431 с.
2. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.
3. Ковальчук С.В. Антикризовий маркетинг: інноваційний аспект / С.В. Ковальчук // Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – С. 490-496.
4. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / Л.О. Лігоненко. – К. :КНТЕУ, 2004. – 580 с.

5. Мельник Ю.М. Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством / Ю.М. Мельник // Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – С. 505-516.
6. Маркетинговая стратегия Apple и других крупнейших компаний / Электронное издание Newapples.ru / [Режим доступа]: <http://newapples.ru/2011/03/17analytics> 7
7. Офіційний сайт Procter&Gamble Україна / Електронний ресурс [Режим доступу]: http://www.pg.com.ua/site_map.htm
8. Офіційний сайт NISSAN Україна / Електронний ресурс [Режим доступу]: <http://www.nissan.ua/UA/ru/inside-nissan/corporate.html>
9. Скібіцький О.М. Антикризовий менеджмент : навчальний посібник / О.М. Скібіцький. – К. : ЦУЛ, 2009. – 562 с.
10. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія / О.О.Терещенко.- К.: КНЕУ, 2004.- 268с.
11. Циганкова Т. М.Стратегії міжнародних компаній у турбулентному маркетинговому середовищі /Т. М Циганкова, О. О.Свдоченко, Н.С.Шелестович// Міжнародна економічна політика - 2012. — № 1 – 2 (16-17) — С. 5-35.
12. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / З.Є. Шершньова, В. М. Багацький, Н. Д. Гетманцева; за заг. ред. З. Є. Шершньової. – К. : КНЕУ, 2007. – 680 с.
13. Шпак Н. О. Методи забезпечення економічної стабільності підприємства / Н. О. Шпак, М. І. Романшиш, О. Венгер.// Науковий вісник- 2012.- № 10 - С. 110 - 118.

УДК 330

Іванюк І. М., Підцерковна Х. В.

ФОРМУВАННЯ ЗОН ПРИБУТКУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (ЗА МЕТОДИКОЮ А. СЛИВОЦЬКОГО)

Нині найвагомішою проблемою в бізнесі є прибутковість. Керівники підприємств ставлять перед собою запитання - як відшукати постійно мігруючу зону прибутку та перебувати у ній роками, витіснивши при цьому конкурентів та забезпечивши собі довгострокове лідерство?

Відповідь на дане запитання дав відомий вчений - А. Сливоцький, який вважає, що зона прибутку – це область економічної діяльності підприємства, в якій йому вдається отримувати прибуток. Мета кожного підприємства – потрапити до такої зони і якомога довше функціонувати в ній [1, с. 4].

Проте, щоб сформувати свою зону прибутку та успішно діяти в ній, підприємству недостатньо володіти значною часткою ринку та конкурентними перевагами. Для досягнення цієї мети, А. Сливоцький рекомендує підприємству фокусувати увагу на дизайні бізнес-моделі, котра здійснює фундаментальний вплив на створення та «захоплення» цінності.

Окрім того, А. Сливоцький виділяє одинадцять можливих моделей прибутковості, найважливішими з яких, на нашу думку, є:

1. Прибуток за рахунок піраміди продукції. Визначальним фактором у даній моделі є вподобання споживачів за параметрами якості, ціни, стилю і т. д. Різноманітність доходів і уподобань дозволяє формувати піраміду продукції. Їх основу складають дешеві товари та товари масового виготовлення, а на вершині розміщені дуже дорогі товари, що випускаються інколи навіть поштучно.

Прибуток концентрується на вершині продуктової піраміди. Але і основа кожної піраміди відіграє у цій системі стратегічно важливу роль. Наприклад, «Swatch» та «Mattel» змогли побудувати біля підніжжя піраміди захисний бренд (марку) з доступною ціною, котрий дозволяє отримувати прибуток, хоч і незначний. Основне призначення даного бренду - перешкодити конкуренту вийти на ринок і, тим самим, захистити величезну маржу прибутку, що отримується на вершині піраміди.

2. Модель прибутку тимчасового типу. В даній моделі основним фактором створення прибутку стає унікальність пропозиції. Вона дозволяє отримати цінову надбавку на товар чи послугу, хоча б до тих пір, поки послідовники не почнуть пропонувати аналогічну продукцію. Характерною особливістю цього варіанту є високі ціни та великі прибутки, тобто перебування в зоні прибутку хоча б протягом відносно невеликого періоду часу. Єдиним способом, що дозволяє компанії залишатися в зоні прибутку, є постійна творчість та створення новинок. Така модель прибутку є основою успіху компанії «Apple».

ЗМІСТ

Дем'янович М.М., Пелех О.Б.Конкурентоспроможність продукції хлібопекарської галузі.....	3
Дем'янчук А.О., Князевич А.О.Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризиків та невизначеності	4
Дендебера К.О., Машта Н.О.Особливості інтегральної оцінки конкурентоспроможності страхових компаній	5
Єфімчук А.І.Дослідження перспектив використання біомаси для потреб комунального господарства	7
Забейда К.О., Димченко Н.С.Антикризові стратегії	8
Іванюк І. М., Підцерковна Х. В.Формування зон прибутку як ефективний механізм стратегічного управління підприємством (за методикою А. Сливоцького)	10
Кобилянська Т., Савченко О.Р.Особливості функціонування та розвитку енергетичних підприємств на прикладі тзов «РЗВА-Електрик».....	11
Кузик І.С., Машта Н.О.Аналіз раціональності харчування студентів факультету документальних комунікацій та менеджменту РДГУ	13
Максимчук І.Р., Марценюк В.В.Управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства	15
Малицький С.Л., Нікшич С.М.Клієнтоорієнтованість як стратегічний чинник конкурентоспроможності підприємств.....	16
Микитин Р.О., Савченко О.Р.Факторний аналіз комерційної діяльності підприємств Івано-Франківської області з реалізації непродовольчих товарів (фанерних листів)	18
Мокрик А. В., Орлов О. Г.Інвестиційна привабливість України, сучасний стан, та шляхи її підвищення	19
Нікшич С.М.Параметри оцінювання при проектуванні логістичних центрів	20
Пелех О.Б.Антикризова політика Польщі під час світової економічної кризи 2007-2008 років	22
Підцерковна Х.В.Гідрографічний чинник формування міських поселень у Волинському регіоні.....	23
Рибачук Т.Л.Оцінка якості надання туристичних послуг.....	25
Савченко О. Р.Тенденції економічного стану та розвитку підприємств Рівненської області.....	26
Сяська О.В.Німецький досвід управління водокористуванням	27
Трало І.М.Європейський досвід просторового планування в контексті транскордонного співробітництва	29
Турченко Г.Я., Шимко О.В.Механізм формування та реалізації стратегії розвитку підприємства	30
Шимко О.В.Конкурентні переваги як рушійний механізм формування стратегії торговельного підприємства	31
Щесюк С.В.Особливості взаємодії та розвитку туристичної індустрії та територіальних громад	33
Юхименко-Назарук І.А.Інституційні наукові дослідження з бухгалтерського обліку в Україні	34
Березюк Т. П.Виникнення та еволюція економічної психології	36
Берташ Б.М., Чмара С.В.Соціально-економічна оцінка території Дермансько-Острозького національного природного парку	37
Берташ Б.М.Роль еколого-економічного обґрунтування створення природно-заповідних територій.....	39
Брітченко І.Г., Князевич А.О.Проблеми формування національної інноваційної системи України.....	39
Бобровський А.Л., Вакуленко Л.О.Екологічний аудит підприємства	41
Бобровський А.Л., Величко А.Складові еколого-економічної оцінки виробництва.....	41
Веремчук І.С., Пашніна А.О.Функціонування підприємств в умовах постіндустріальної економіки	42
Гоголь Т.В.Інформаційне забезпечення як важливий елемент організації управління фінансовими ресурсами підприємства.....	44
Димченко Н.С.Рефлексивні механізми процесів прийняття рішень	45
Довга Ю.О., Пашніна А.О.Особливості мотивації персоналу на підприємстві	46
Дучинська А.С., Хижнякова Н.О.Шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства	48
Євтух Ю. В., Березюк Т. П.Поняття культури управління	49
Жабчик О.В., Хижнякова Н.О.Аналіз збутової діяльності підприємства	50
Юскович-Жуковська В. І.Особливості трансферу технологій у США	52
Юскович-Жуковська В. І.Франчайзинг як технологія успішного бізнесу	52
Загинея К.М., Марценюк В.В.Брендбук як інструмент впливу на формування іміджу фірми.....	54
Кордан М.М., Трало І.М.Особливості формування комплексу маркетингу на торговельних підприємствах в сучасних умовах	55
Літвінчук Д.Ф., Димченко Н.С.Удосконалення системи підготовки персоналу в екскурсійній сфері України: проблеми та перспективи розвитку	56
Лукомська О.І.Рівень економічної освіти як індикатор ефективного розвитку ринку праці в Україні	57

Мартинюк Р.В., Орлов О.Г.Перспективи диверсифікації господарської діяльності підприємств (на прикладі ДП «Авіком Рівне»).....	59
Марценюк В.В.Особливості розвитку ринку продукції птахівництва в Україні	60
Микитин Т.М. Маркетинг дистанцій: світовий досвід і перспективи використання в Україні	632
Нагулко В.О., Шимко О.В.Аутсорсинг як ефективний інструмент оптимізації ремонтного обслуговування виробництва	63
Орлов О. Г.Технологія прийняття управлінського рішення.....	64
Рубаха О.В., Сяська О.В.Управлінське консультування та його вплив на розвиток підприємства	65
Сабо С.Ю., Юхименко-Назарук І.А.Тайм-менеджмент в сучасному світі	67
Степанчук О.С., Машта Н.О.Стандарт обслуговування – запорука успішного управління підприємством	68
Теселько Т.В., Сяська О.В.Найефективніший стиль управління туристичною фірмою	69
Фесюк Т. М., Березюк Т. П.Суть та особливості життєвого циклу туристичного продукту	71
Хижнякова Н.О.Суб'єкти екологічного менеджменту та їх взаємодія	72
Черніговець Т.І.Тайм-менеджмент як фактор оптимізації професійної діяльності помічника керівника	73
Ющук М. В., Підчерковна Х. В.Особливості оподаткування підприємств туризму в Україні.....	75
Браташук К.О., Юськів Б.М.Місячне планування відвантаження продукції підприємства хімічної промисловості.....	77
Буханевич К.С., Гладун Л.О.Моделювання конкурентної надійності торгового підприємства на основі оцінки його потенціалу	79
Денишук П.М.Необхідність створення формальної моделі процесу розрахунку навчального навантаження ВНЗ	80
Діденко Ю. Ю., Шпортько О. В.Сучасні науково-практичні підходи до стратегічного управління ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».....	81
Кичук А.О., Юськів Б.М.Оперативне планування постачання нафтопродуктів на автозаправній станції.....	82
Красін М.А.Задачі оптимального управління неперервними системами та підходи до їх розв'язку.....	84
Красіна Я. М., Гладун Л.О.Моделювання маркетингової стратегії інформаційного бізнесу	86
Липінська Т.В.Механізм функціонування системи збору та особливості адміністрування єдиного соціального внеску	87
Паламарчук О.С.Аспекти інноваційного розвитку України	88
Паламарчук О.С.Характеристика існуючих методик розрахунку індексів інноваційного розвитку	90
Пляшко О.С.Сутність та концептуальні засади конкурентоспроможності людських ресурсів.....	91
Романюк С.Б.Особливості ціноутворення в оптовому торговельному підприємстві	92
Свистун Т.Л.Модель процесу формування організаторської компетентності менеджерів в умовах студентського самоврядування	94
Синюк О.І., Гладун Л.О.Синергетичне моделювання економічного зростання та її практичне застосування в економіці	95
Стрільчук Р.М.Доцільність використання антикризових засад в управлінні стратегічними можливостями підприємства в сучасних умовах	96
Шпортько О. В.Моделювання ймовірностей елементів блоків арифметичних кодів в процесі прогресуючого стиснення зображень без втрат	99
Юськів Б.М.Особливості інформаційного забезпечення проектів транскордонної співпраці України та Білорусі.....	100
Антонюк І. О.Система електронного документообігу як чинник оптимізації діяльності органу державної влади.....	102
Бабенко Ж. В.Формування системи інформаційного забезпечення споживачів бізнес-інформації в Україні.....	103
Бордюк В.М.Людський фактор при запровадженні електронного документообігу в органах місцевого самоврядування	104
Брень І. М., Крет Р. М.Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення законотворчих процесів Верховної Ради України: організаційно-технологічний аспект	106
Бучковська О.Ю.Інформаційне забезпечення розвитку місцевого самоврядування	107
Дибач Ю. І., Попчук О. В.Робота зі зверненнями громадян як напрям діяльності органів державної влади	107
Іванчук А. В., Крет О. В.Теоретичні аспекти формування особистісного іміджу	108
Каращук О.М., Сілкова Г.В.Інформаційно-аналітичні документи як компонент веб-сайтів органів державної влади.....	109

Карпюк Д. В. Особливості ідентифікації електронних ресурсів в якості документно-інформаційних об'єктів мережі Інтернет	109
Корбутяк В. І. Підвищення якості державного управління на основі сучасної електронізованої інформаційно-аналітичної системи	110
Костенко М. С. Вітчизняний документний потік з проблем культури та мистецтва в контексті бібліометричного аналізу	112
Крет О. В., Крет Р. М. Особливості інформаційно-аналітичного забезпечення управління	113
Кукушкін О. М. Основні суб'єкти інформаційного менеджменту природокористування на регіональному рівні	115
Павлюк М. А., Шпортько О. В. Інтеграція інформаційної системи підприємства з інтернет-ресурсом для забезпечення віддаленого доступу до бази даних та ефективної взаємодії з клієнтами засобами веб-технологій	115
Пасічник Л. П. Інформаційний аналіз як необхідний етап науково-дослідної роботи	116
Пашніна А. О. Особливості впровадження автоматизованих інформаційних систем обліку на підприємстві	118
Попчук О. В. Професійна культура документознавця як чинник ефективності інформаційно-аналітичного забезпечення	119
Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітичне забезпечення управлінської діяльності	121
Трачук Л. Ф. Колекції повнотекстових документів в інформаційному забезпеченні користувачів обласних універсальних наукових бібліотек	122
Хомич С. В. Технологія розробки мобільних додатків на базі платформи ІС: Підприємство 8.3	123
Чехомський А. В. Особливості тестування програмного забезпечення	124
Шатрова М. Б. Повнотекстові історико-культурні фонди в електронному середовищі бібліотек	125
Ясьмо В. Д. Інформаційні технології в дистанційному навчанні студентів	126

Наукове видання

**«ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ, УСТАНОВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ»**

Матеріали І науково-практичної Інтернет-конференції

20 лютого 2014 року

м.Рівне

Відповідальні за випуск:

Микитин Т.М., Хомич С.В.

Комп'ютерна верстка:

Романюк С.Б., Паршина М.Т.